

各位

2020年8月 アサヒグループ販売動向

アサヒグループホールディングス株式会社 IR部門

■アサヒビール

【カテゴリー別売上金額前年比(%)】

	8月	1-8月累計
	前年比	前年比
ビール類計	80	84
洋酒	78	89
RTD	86	102
ワイン	79	88
焼酎	74	91
アルコールテイスト清涼飲料	98	97

<トピックス>

・ビール類計の売上金額は、前年比80%となった。新型コロナウイルス感染再拡大に伴う業務用市場を中心としたビールの売上減少などが影響した。『アサヒスタイルフリー <生>』や新商品『アサヒ ザ・リッチ』など主に家庭内で飲用される発泡酒や新ジャンルは、引き続き前年を上回り好調であった。9月の新ジャンルは、10月の酒税改正に伴う新ジャンル増税による需要増加を見込み、『クリアアサヒ』『アサヒ ザ・リッチ』を中心に景品付きキャンペーン商品の発売など店頭活動の強化を行う。生産体制では、新ジャンルカテゴリー全体で9月は前年比で約3割の増産を予定している。

・『アサヒスーパードライ』の販売数量は、前年比72%となった。業務用市場を中心とした売上減少や、お盆の時期の帰省自粛、花火・夏祭りなどイベント自粛に伴う需要減少が影響した。

・『アサヒスタイルフリー <生>』の販売数量は、前年比101%となった。健康志向の高まりなどを受け、8か月連続で前年を超えている。

・『クリアアサヒ』の販売数量は、前年比95%となった。9月は新ジャンルの需要増加を見込み、前年比で約2割の増産を予定している。

・『アサヒ ザ・リッチ』の販売数量は、累計519万箱となり上方修正をした年間販売目標（800万箱）の6割を超えた。9月からは、新TVCMやWEB限定CMの展開など広告活動を強化し、認知拡大と飲用喚起に取り組む。

・RTDの売上金額は、昨年発売した新商品の反動などが影響し前年比86%となった。9月以降は、本年2月に期間限定で販売し好評であった「アサヒ贅沢搾りプラス」シリーズを同年商品として発売するなど、商品ラインアップの強化を図る。

<ビール類ブランド別販売数量・前年比(%)>

	8月		1-8月累計	
	万箱	前年比	万箱	前年比
スーパードライ	611	72	4,100	76
スタイルフリー	104	101	758	106
クリアアサヒ	173	95	1,178	96

※1箱=633ml（大びん）×20本換算

■アサヒ飲料

【ブランド別販売数量前年比(%)】

	8月	1-8月累計
	前年比	前年比
三ツ矢	107	104
カルピス	94	92
ワnda	90	86
十六茶	103	96
おいしい水	86	85
ウィルキンソン	111	112
重点6ブランド計	99	96
アサヒ飲料計	97	95

<トピックス>

・全国的な猛暑により清涼飲料水の需要が拡大したが、外出自粛による自動販売機チャネルの売上減少などにより、アサヒ飲料の事業全体は前年を下回った。炭酸飲料や希釈タイプの乳酸菌飲料を中心に家庭内での需要は引き続き好調だった。

・「三ツ矢」は、「嵐」を広告キャラクターに起用した広告・販促・店頭活動の強化に加え、8月4日発売『三ツ矢特濃グレープフルーツスカッシュ』や8月18日発売『三ツ矢アセロラ』などの新商品が寄与した。

・「ウィルキンソン」は、“巣ごもり需要”の拡大により、直接飲用やお酒の割り材としての飲用機会が引き続き拡大している。

・「カルピス」は、希釈タイプが前年比125%と好調だった。かき氷のシロップとして楽しむ夏ならではの提案を広告・販促を連動させて訴求し、好評であった。

■アサヒグループ食品

【事業別売上金額前年比(%)】

	8月	1-8月累計
	前年比	前年比
食品事業	77	94
ベビー&ヘルスケア事業	90	99
アサヒグループ食品計	83	96

<トピックス>

・食品事業は、仕事や移動中といった従来の喫食シーンで需要が減少した「ミンティア」が主に影響し、前年比77%となった。9月以降は、新しい生活様式に応じた喫食シーンを広告・販促などを通じて提案する。一方、「プロテイン」シリーズが好調な「1本満足バー」は、前年比は130%と好調であった。

・ベビー&ヘルスケア事業は、外出時に利用される「ベビーフード」の一部商品などの売上減少により、前年比90%となった。健康意識の高まりから、サプリメントの「ディアナチュラ」は前年比115%、ダイエットサポート食品の「スリムアップスリム」は前年比130%と好調だった。

アサヒ飲料(株) 2020年8月実績

主要カテゴリー (主要ブランド等)	8月			累月		
	2020年		2019年	2020年		2019年
	箱数 (千箱)	前年比 (%)	箱数 (千箱)	箱数 (千箱)	前年比 (%)	箱数 (千箱)
炭酸	9,220	109%	8,430	54,630	108%	50,380
三ツ矢	5,110	107%	4,760	29,070	104%	28,010
ウィルキンソン	3,190	111%	2,880	19,990	112%	17,770
乳性	5,140	93%	5,500	30,560	91%	33,600
カルピス ストレート	3,930	91%	4,320	22,890	90%	25,580
カルピス コンク	590	125%	470	3,500	107%	3,260
コーヒー	2,590	91%	2,850	22,360	87%	25,750
ワンダ	2,440	90%	2,720	21,090	86%	24,670
お茶	3,840	89%	4,300	23,790	90%	26,510
十六茶	2,490	103%	2,430	14,690	96%	15,280
ミネラルウォーター	1,800	86%	2,100	11,350	85%	13,340
おいしい水	1,800	86%	2,100	11,350	85%	13,340
果汁	1,280	72%	1,780	9,450	74%	12,730
バヤリース	750	72%	1,040	5,080	75%	6,740
ウェルチ	310	75%	420	2,600	83%	3,140
総合計	26,270	97%	27,110	168,840	95%	176,940
<補足>						
『健康飲料』計	560	89%	630	4,720	90%	5,240

稼働日 23日(昨年は22日)

以上